

Lebenslange Beratung in allen Fragen rund um das Geld wird inskünftig den grössten Teil des Marktes der Privatkunden ausmachen

Lassen Sie mich aber zu Ihren einzelnen Fragen hinsichtlich der Chancen unterschiedlicher Wege den Kunden zu beraten eingehen.

Originalität - Souveränität - Rentabilität

Welcher Weg in der Zukunft den besonderen Erfolg hat, wird der Bedarf, den der Kunde speziell hat, beantworten. Alle aufgeführten Wege führen zum Erfolg, wenn sie

1. Anders sind (Originalität)
2. Dem Kunden die gewünschten Vorteile bieten (Souveränität)
3. Die Investitionen und Kosten vernünftig kalkuliert sind (Rentabilität)

Internet

Das Cyberconsulting oder das Angebot über das Internet oder auch Teletext ist für den Kunden interessant, der sich hinsichtlich seines Finanzplans gut auskennt und auch ein Konzept hat, mit dem er seine Zukunft finanziell sicherstellt. Oder es ist für den Kunden interessant, der innerhalb eines bestehenden Finanzkonzeptes nur ein einzelnes Produkt hinzukaufen möchte. Somit kann er im Internet nach den passenden Angeboten suchen und die Abwicklung über ein günstigen Direktanbieter oder Discountbroker abwickeln. Der Anteil der Kunden, die diesen Weg wählen, ist zur Zeit noch gering, wird aber sicherlich in Zukunft deutlich zunehmen. Insbesondere sehe ich bei den Senioren und Seniorinnen hier ein interessantes Potential.

Callcenter

Das Telefonmarketing über Callcenter hat bei einigen Finanzinstituten eine gewisse Ernüchterung erfahren. Dies hat nichts damit zu tun, dass es keine Kunden gibt, die sich am Telefon beraten lassen möchten, sondern dass die entsprechenden Investoren wohl zu grosse Hoffnungen gehegt und damit Investitionen eingesetzt hatten; u.U. wurde auch nur das falsche Management ausgesucht. Die Kundschaft für diesen Weg sind diejenigen, die ihr Konzept grob im Kopf haben, aber nicht genau wissen, welche Produkte sie nun auswählen sollen. Hier kann besonders mit standardisierten Produktpaketen aber auch mit einzelnen Lebensversicherungen oder Investmentfonds gearbeitet werden. An die Ausbildung und vor allem an die Führung der Mitarbeiter, die täglich am Telefon sitzen werden höchste Ansprüche gestellt. Genau hier liegt in diesem Weg die Ursache für Erfolg oder Misserfolg. Gerade vor wenigen Tagen konnte ich mich persönlich davon überzeugen, wie kundenorientiert und professionell man ein Callcenter für Finanzdienstleistungen führen kann.

Finanzplaner

Der Finanzplaner ist der persönliche Berater des Kunden in allen Finanzfragen. Vor allem hat sein Kundensegment nicht die Zeit, Mühe oder Erfahrung, sich mit den komplizierten Finanz- und Vorsorgefragen auseinanderzusetzen. Diese Kunden leisten sich eine entsprechende individuelle Beratung von einem Fachmann ihres Vertrauens. Da ausserdem der grösste Teil

der Vorsorge und langfristigen Geldanlage ein eher latenter Bedarf ist und für sehr viele Kunden nicht immer im Vordergrund ihrer täglichen Entscheidungen steht, läuft ein nicht beratener Kunde Gefahr, die wichtigen Termine und Massnahmen zu "verschlafen". Der Finanzplaner wird zum wichtigen Berater des gutsituierten Kunden wie dessen Arzt und Anwalt.

Die Bedürfnisse sind unterschiedlich

Alle drei genannten Wege werden auch in Zukunft erfolgreich sein, da die Bedürfnisse der Kundschaft unterschiedlich sind. Dies hängt nicht, wie viele glauben, vom Intellekt, Ausbildung oder Berufsstand ab, sondern von der jeweiligen Situation und kann sich im Laufe des Lebens mehrfach verändern. In welchem Bereich man sich als Berater wohl fühlt und damit auch erfolgreich sein kann, hängt natürlich in erster Linie von der Persönlichkeit und auch vom Erfahrungshintergrund ab. Für alle drei Wege aber gelten die vorgenannten drei Erfolgsvoraussetzungen: Originalität, Souveränität und Rentabilität.

Für die erfolgreiche Umsetzung sind nicht so sehr die besten Produkte massgebend, sondern neben den obigen allgemeinen drei Faktoren für das Internet die Problematik, kostenlose Dienstleistungen anbieten zu müssen, die aber einen hohen Pflegeaufwand bedürfen wie z.B. Informationen. Im Callcenter ist es sicherlich die bereits erwähnte Ausbildung und Führung des Personals um die systembedingte Fluktuation einzudämmen. Beim Finanzplaner ist es ebenso die Fluktuation, die sich mit dem Umstand der selbständigen Arbeitsweise begründet.

Selbständigkeit und Kontakte

Ein Kunde einer Versicherungsgesellschaft zeigte mir einmal einen kleinen Stoss Visitenkarten mit dem Hinweis, das wären alles Vertreter einer Gesellschaft gewesen, die von sich behaupteten, sie seien nun der Neue und für ihn zuständig. Nach dem Antrittsbesuch haben sich viele nie mehr sehen lassen, da sie schnell wieder ausgeschieden sind. Woran liegt das?

Natürlich ist dieses Beispiel extrem und ich kann auch von vielen anderen berichten, bei denen der Berater über viele Jahre seine Kunden gut berät. Aber diese Berater, gleich ob Versicherungsagent, Finanzplaner oder Allfinanzberater, beherrschen zwei wichtige Dinge, die für den Erfolg in der Beratung unabdingbar sind: Selbständiges Arbeiten und Kontakte knüpfen. Hierbei beziehe ich jetzt nicht diejenigen Berater ein, auf die Kunden direkt zugehen, um fachliche Auskünfte zu erhalten wie dies häufig beim Anlageberater der Bank oder einem Spezialisten der Fall ist.

An diesen zwei Kriterien scheitern die meisten Berater im Aussendienst. Ihnen gelingt es nicht, sich täglich zu organisieren, sich Ziele zu setzen, sich selbst zu motivieren und zu kontrollieren. In meiner Beratungs- und Seminartätigkeit stelle ich immer wieder fest: Wenn diese Mischung auch nicht der Filial-, Verkaufsleiter oder Generalagent durch seine Führungsarbeit nachhaltig optimieren kann, dann ist der grösste Teil der Anfänger im Aussendienst leider zum Scheitern verurteilt. Hier liegt sicherlich aber das grösste Potential für ein Wachstum speziell der verkaufsorientierten Bereiche der Branche.

Ein weiteres Problem für den Berater ist die permanente Suche nach neuen Kunden. Die regelmässigen Kontakte nicht nur zum eigenen Kundenkreis sondern auch zu neuen, potentiellen Kunden, macht vielen Anfängern grosse Probleme. . In der heutigen Zeit gilt sicherlich ein Verkauf "von Haus zu Haus" als nicht seriös. Viele der Kunden, die über irgendeinen Kontakt einen Finanzplaner kennengelernt haben, sind heute sehr froh darüber und haben ihn bereits an andere Bekannten weiterempfohlen. Die erfolgreichen Kontaktmöglichkeiten, um neue Kundschaft zu gewinnen, kann (fast) jeder leicht erlernen.

Gepaart mit Einsicht und Motivation sowie einer guten Arbeitsorganisation wird dann der Anfänger in einer der interessantesten Berufe erfolgreich. Ich bin auch davon überzeugt, dass diese persönliche Beratung eines Finanzplaners zukünftig des grössten Teil des Marktes der Privatkunden ausmachen wird.